

# DESIGN DIFFUSION NEWS

## INTERIOR MAGAZINE

# ddn

# 261

## MILANO DESIGN CITY 2020 FOCUS ON MENA



## ALLEGRO BY ARBLU

ISSN 1120-9720



9 771120 972003



00261

E 8,00 "Italy only" - F E 13,00 - D E 13,00 - GR E 14,30 -  
P E 15,40 - E E 8,90 - GB GBP 11,00 - BE 10,00 - SKR 170,00 -  
CH SFR 23,00 - NL E 19,00 - A E 10,00 - N NKR 172,00 -

ISSN 1120-9720 - Mensile - TAXE PERCUE (TASSA RISCOSSA) - UFFICIO C.M.P./Z.ROSERIO - MILANO.  
Spedizione in abbonamento postale - 45% - D.L. 267/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art.1, comma 1, DCB Milano



## THE CIRCLE OF HARMONY

a cura di Annamaria Maffina

**In occasione di Milano Design City, Natuzzi Italia ha presentato la nuova collezione 2021, The Circle of Harmony, raccontata nelle parole di Pasquale Junior Natuzzi, Chief Creative Officer di Natuzzi, oltre ad alcuni approfondimenti sulla visione odierna e futura dell'azienda.**

*On the occasion of Milano Design City, Natuzzi Italia presented the new 2021 collection, The Circle of Harmony, here illustrated by Pasquale Junior Natuzzi, Chief Creative Officer of Natuzzi, with some insights on the company's current and future vision.*

**In questo periodo stanno cambiando i modi di vivere gli spazi domestici: secondo lei, cambierà anche il concetto di living?**

“È il concetto stesso di ‘casa’ che si sta evolvendo e sta assumendo nuovi ed imprevedibili confini. Questo è un fenomeno che con la pandemia ha subito un’improvvisa accelerazione. È cambiato il modo di interagire con gli oggetti della propria casa. Il divano, ad esempio, è diventato in questi mesi un rifugio dove vivere la quotidianità, si è trasformato quasi in un feticcio che deve essere bello da vedere, comodo, resistente, ma anche versatile ovvero adattabile ai diversi momenti della giornata. Creare un prodotto in grado di sintetizzare questi nuovi bisogni non è solo un tema di innovazione di prodotto, è cambiato l’approccio con cui affrontiamo un nuovo progetto. Ci chiediamo se potrà rispondere ai nuovi bisogni, ma nello stesso tempo affrontiamo anche il tema della durabilità del prodotto, che è connessa all’esigenza di non generare sprechi e fare in modo che un prodotto duri nel tempo, non solo in termini di materiali durevoli, ma anche di estetica che deve resistere alle mode del momento”.

**In che modo avete affrontato l'emergenza: avete previsto interventi specifici per quanto riguarda il vostro mercato?**

“Le crisi possono diventare delle occasioni per costruire un nuovo futuro, e noi stiamo lavorando proprio in questa direzione, assicurando la continuità del business e pianificando la new era del dopo emergenza. Dobbiamo ribaltare la prospettiva su quello che sta accedendo in chiave di opportunità, perché questa pandemia lascerà inevitabilmente delle cicatrici indelebili, dobbiamo dunque riscrivere i codici del lusso e definire dei nuovi standard nei quali inquadrare la nuova era che verrà. Non ci sarà più spazio per tutto ciò che è superfluo e a guidare le scelte dei consumatori saranno sempre di più la sostenibilità e i valori di cui un brand è portatore. Questo vale anche per il design, che deve finalmente puntare su soluzioni realmente green ed a basso impatto ambientale. Il futuro prossimo del design italiano dovrà ripartire da qui, insieme a quei principi di innovazione e creatività che l’hanno reso un’eccellenza riconosciuta in tutto il mondo”.



**Da un punto di vista creativo e di collaborazione con i designer della nuova collezione The Circle of Harmony, avete dato input particolari? Quale filosofia/concetto desideravate maggiormente trapelasse dai prodotti? Ci racconti l'anima della collezione...**

“La collezione The Circle of Harmony nasce da un invito rivolto a otto personalità del design contemporaneo ad interpretare l’identità e l’heritage di Natuzzi. Ogni designer è riuscito a trasferire nella nuova collezione una personale lettura di ciò che rappresenta l’essenza del marchio, l’Armonia. Ispirati dalla Puglia e dal Mediterraneo, dal loro armonico equilibrio naturale che ha permesso di costruire un modello di bellezza e di vita ancora oggi insuperato, sono riusciti a raccontare e interpretare – appunto –



**Pagina accanto, la collezione Deep di Nika Zupanc, composta da una famiglia di prodotti dall'eleganza senza tempo, con un tocco glam e cosmopolita, totalmente nuova rispetto al passato per gusto e raffinatezza.**

*Opposite page, the Deep collection by Nika Zupanc, composed of a family of products characterized by a timeless elegance, with a glamorous and cosmopolitan touch, totally new compared to the past in terms of taste and refinement.*

**Qui sotto, il dining table Ombra parte della collezione Solar di Claudio Bellini; in basso, Infinito, un divano a cavallo tra arredo e scultura, di Marcantonio. A sinistra, Pasquale Junior Natuzzi, Chief Creative Officer Natuzzi; foto di Alberto Zanetti.**

**Below, Ombra dining table from the Solar collection by Claudio Bellini; bottom, Infinito, a sofa that blends furniture and sculpture, by Marcantonio. Left, Pasquale Junior Natuzzi, Chief Creative Officer Natuzzi; ph: Alberto Zanetti.**



quell’idea di Armonia in modo nuovo. È nato così un design blend, capace di fondere visioni progettuali, anche molto diverse tra loro, una collezione dall’anima multiforme, ma allo stesso tempo una narrazione organica, un omaggio alla mediterraneità”.

Tra le novità, troviamo arredi di Claudio Bellini, Mauro Lipparini, Maurizio Manzoni, Paola Navone e, per la prima volta, le proposte di

Marcantonio, Fabio Novembre e Nika Zupanc. A questi si aggiunge la linea di tessuti firmata dallo studio di textile innovation olandese BYBORRE. Sono, queste, interpretazioni molto diverse - per approccio e scelte stilistiche - che traducono la filosofia aziendale in una miscela perfetta tra eleganza, comfort e armonia. Scopriamoli nelle seguenti pagine. [www.natuzzi.it](http://www.natuzzi.it)



Sotto, la chaise longue Sleeping Argo, collezione Argo di Paola Navone; sopra, sistema modulare Oblò di Maurizio Manzoni. Pagina accanto, dall'alto: Water, collezione di tessuti disegnata dallo studio olandese di textile innovation BYBORRE; Buddy, sistema di sedute disegnato da Mauro Lipparini; il divano New Classic di Fabio Novembre.

Below, Sleeping Argo chaise longue, from the Argo collection by Paola Navone; above, Oblò modular system by Maurizio Manzoni. Opposite page, from top: Water, textile collection designed by Dutch textile innovation studio BYBORRE; Buddy, seating system designed by Mauro Lipparini; New Classic sofa by Fabio Novembre.

**In this period, the ways we experience domestic spaces are changing. Do you think that the concept of living area will change as well?**  
*"It is the very concept of 'home' that is evolving and taking on new and unpredictable boundaries. This is a phenomenon that has undergone a sudden acceleration with the pandemic. The way we interact with objects at home has changed. For example, in recent months, the sofa has become a refuge for everyday life; it has become nearly an obsession, which must be beautiful to see, comfortable, durable, but also versatile and adaptable to different moments of the day. Creating a product able to encapsulate these new needs is not only a matter of product innovation; our approach to a new project has changed. Now we wonder if it will be able to meet the new needs, but at the same time we also address the issue of durability, which is related to the need not to generate waste and to make*

*the product last over time, not only in terms of durable materials, but also in aesthetic terms, going beyond fads".*  
**How have you handled the emergency? Have you planned specific interventions for your market?**  
*"Crises can become opportunities to build a new future, and we are working in this direction, ensuring business continuity and planning for the new post-emergency era. We must change our view on what is happening in terms of opportunity because this pandemic will inevitably leave indelible scars; therefore, we must rewrite the codes of luxury and define new standards for the new era to come. There will be no room for superfluous things any longer and consumers' choices will be increasingly guided by sustainability and the values represented by a brand. This is also true for design, which must finally focus on truly green solutions with low environmental impact.*



*The near future of Italian design must start from here and the principles of innovation and creativity that have made it a worldwide excellence".*  
**From the creative point of view and in terms of collaboration with the designers of the new collection, The Circle of Harmony, have you provided particular input?**

**Which philosophy or concept did you want the products to express mainly? How would you describe the soul of this collection?**  
*"The collection The Circle of Harmony is the result of an invitation to eight contemporary designers to interpret Natuzzi's identity and heritage. Each designer has been able to convey*

*a personal interpretation of the essence of the brand, Harmony, in the new collection. Inspired by Puglia and the Mediterranean, by their harmonious natural balance, which have made it possible to build a model of beauty and life that is still unparalleled, they have been able to interpret the idea of Harmony in a new way. In this way, a design blend, able to merge even very different design visions, was born, a collection with a multifaceted soul and an organic narrative at once, a homage to the Mediterranean".*  
*Among the new products, there are furnishings by Claudio Bellini, Mauro Lipparini, Maurizio Manzoni, Paola Navone, and, for the first time, by Marcantonio, Fabio Novembre and Nika Zupanc. In addition to them, the textile line designed by BYBORRE, Dutch textile innovation studio. They are very different interpretations in terms of approach and stylistic choices, translating the corporate philosophy into a perfect blend of elegance, comfort and harmony. Let's discover them in the following pages. [www.natuzzi.it](http://www.natuzzi.it)*

